eman ta zabal zazu
universidad del país vasco
euskal herriko unibertsitatea
Departamento de Economía Financiera II
Finantza Ekonomia II Saila

ESTRATEGIA ZUZENDARITZA: ENPRESA POLITIKA

3. EAZG 2026ko uztailak 1

Abizenak eta Izena: _____ **NAN:**_____

IKASLEENTZAKO EGOITZEN SEKTOREA (1,7 ptu/5)

Ikasleen egoitzen merkatuak hazkunde nabarmena izan du Espainian azken urteotan. Sektoreko datuen arabera, gaur egun 110.000 plaza baino gehiago daude, baina kopuru hori ez da nahikoa unibertsitate-hiri askotan dagoen eskaerari erantzuteko. Pandemiaren ondoren nazioarteko mugikortasuna berreskuratzeak, atzerriko ikasleen kopuruaren hazkundeak eta Erasmus bezalako programen gorakadak okupazioa bultzatu dute; izan ere, establezimendu askotan %90etik gorakoa da. Hainbat txostenek aurreikusten dute eskaerak hazten jarraituko duela datozen urteetan, batez ere nazio mailan zein nazioartean erakartzeko gaitasun handia duten unibertsitate-hirietan, hala nola Madril, Bartzelona, Valentzia, Bilbo edo Donostia.

Hala ere, nazioarteko eskaerak hazten jarraitzen duen arren, Espainian azken hamarkadetan izandako jaiotza-tasaren beherakadak ziurgabetasuna sortzen du etorkizunean bertako ikasleen kopuruaren bilakaerari dagokionez. Aldi berean, ostatuaren prezioen etengabeko igoerak kezka sortzen du ikasleen, unibertsitateen eta administrazio publikoen artean; izan ere, hiri horietan etxebizitza eskuratzeko aukera hobetzeko irtenbideak eskatzen dituzte. Hiri gehienetan dagoen etxebizitza-eskasiak prezioak handitzen lagundu du bai etxebizitza-merkatuan bai unibertsitate-egoitzetan. Turismoaren gorakada beste faktore bat da, bizitokien eta ostatuen eskariaren gaineko presioa gehitzen duena, batez ere uztailean eta abuztuan.

Azken hamarkadan, sektorearen erakargarritasunak eragile berrien eta inbertitzaile handien sarrera bultzatu du. Nazio mailako zein nazioarteko higiezinen funtsek baliabide garrantzitsuak bideratu dituzte *student housing* delakora, egoitza berrien eraikuntza eta lehendik zeuden establezimenduen erosketa sustatuz. Oraindik ere unibertsitate-egoitza publiko ugari, ikastetxe nagusiek eta tamaina txikiko operadore pribatuek merkatua banatzen duten arren, merkatua pixkanaka talde espezializatuen inguruan kontzentratzen ari da, hala nola RESA, Livensa Living, Micampus edo Yugo. Enpresa hauek ikasleak erakartzeko lehian ari dira eskaintzen dituzten zerbitzuen, kokapenaren eta bizitegi-esperientziaren bidez.

Hala ere, proiektu berriak garatzeak inbertsio handiak, hirigintza-izapide luzeak eta unibertsitate-campusetatik gertu dauden lurzoru edo higiezin egokiak izatea eskatzen du normalean. Unibertsitate-hiri batzuetan, aktibo mota horien eskasiak garestitu egin du bai erosketa bai garapen berrietarako egokiak diren espazioen alokairua. Ondorioz, eskaintza berriaren zati handi bat ikasleen eskaera handia eta nazioarteko ikasleak erakartzeko gaitasuna duten hirietan kontzentratzen da. Establezimendu horien eguneroko kudeaketak, gainera, zerbitzuen hornitzaile askoren laguntza eskatzen du (garbiketa, mantentze-lanak, jatetxeak, garbitegia edo segurtasuna).Oro har, arlo horretan tokiko eta eskualdeko enpresen eskaintza zabala dago, baina azken urteotan prezioak igo egin dira ere kostuak handituz.

Aldi berean, ikaslearen profila ere aldatu egin da. Egoitzek jada ez dute soilik unibertsitatetik gertu ostatua eskaintzeagatik lehiatzen; gero eta baliabide gehiago bideratzen dituzte espazio komunetara, jardueretara, ongizatera eta komunitatearen eraikuntzara. Gimnasioak, ikasketa-gelak, *coworking* guneak, kultur jarduerak, kirol-programak edo aplikazio propioak establezimendu askoren eskaintza arruntaren parte dira dagoeneko. Ekimen horiek esperientzia osatuago eta pertsonalizatuagoen aldeko eskari gero eta handiagoari erantzun nahi diote, bereziki nazioarteko ikasleen artean; izan ere, jatorrizko lekutik kanpo denbora gehiago eman ohi dute eta bereziki baloratzen dituzte sozializatzea eta bizi-kalitatea egonaldian zehar.

Eskariaren hazkundea izan arren, ikasleek ostaturako beste aukera batzuk dituzte ere: partekatutako pisuetan gelak alokatzea aukera erabiliena izaten jarraitzen du unibertsitate-hiri askotan. Gainera, plataforma digitalek ostatu-aukera desberdinen prezioak, kokapenak eta zerbitzuak berehala alderatzea errazten dute. Testuinguru honetan, kostuak faktore erabakigarria izaten jarraitzen du

eskariaren zati handi batentzat, nahiz eta gero eta ikasle eta familia gehiagok baloratzen dituzten segurtasuna, eskaintzen diren zerbitzuak, unibertsitatearekiko gertutasuna edo aktibitate-eskaintza.

LIVENSA LIVING unibertsitate-egoitzen operadore pribatu nagusietako bat da. Enpresa honek Donostia, Madril, Bartzelona, Valentzia edo Bilbo bezalako hirietan ditu egoitzak, eta nazioarteko Brookfield Asset Management taldearen parte da. Bere proposamena batez ere ostatua baino gehiago bilatzen duten ikasle nazional eta nazioartekoei zuzenduta dago; logela indibidualak eskaintzen ditu, eta horiekin batera gune komun zabalak, ikasketa-espazioak, gimnasioa, kultur jarduerak eta elkarbizitza-programak. Gainera, enpresak zerbitzu askoren digitalizazioaren eta bere eraikinen zati handi baten jasangarritasun-ziurtagirien aldeko apustua egin du.

Hala ere, kokapen horrek beste ostatu-aukera batzuek baino prezio handiagoak ekartzen ditu, eta horrek ikasle-profil jakin batzuentzako sarbidea mugatzen du. Gainera, bere eskaeraren zati handi bat nazioarteko ikasleetatik dator, eta horiek bereziki sentikorrak dira faktore ekonomiko, arautzaile edo geopolitikoekiko. Hala ere, posizionamendu horrek beste ostatu-aukera batzuetakoak baino prezio handiagoak dakartza, eta horrek ikasleen profil jakin batzuetarako sarbidea mugatzen du. Gainera, eskariaren zati handi bat nazioarteko ikasleena da eta eskariak urtarokotasun-maila handia du.

a.- (0,5 puntu) Aztertu Porterren bost lehia-indarrak IKASLE-EGOITZEN sektorerako.

b.- (0,2 puntu) Egindako azterketa kontuan hartuta, baloratu sektorearen erakargarritasuna sektorean sartzea pentsatzen ari den enpresa batentzako (JUSTIFIKATU ZURE ERANTZUNA).

c.- (0,8 puntu) Testuko informazioa eta aurretik egindako azterketa kontuan hartuta, osatu LIVENSA enpresarako AMIA azterketa bat.

d.- (0,2 puntu) Aurreikuspen onak ikusita, LIVENSAk hiru urtean bere fakturazioa %20 handitzeko asmoa du. Proposatu helburu hori lortzeko aukera emango dion ardatz estrategiko bat, behar bezala definituta.